



ISSN 0854-7254

# Dinamika **HUKUM**

**JURNAL ILMIAH ILMU HUKUM**

**BELAJAR DARI SOCRATES**

Oleh: Mustofa

**URGENSI PERLINDUNGAN SAKSI**

Oleh: Afandi

**KEKERASAN DAN HAK BERAGAMA DI INDONESIA**

Oleh: Noor Chozin Askandar

**IMPLIKASI PENGATURAN PERAN DEWAN PERWAKILAN DAERAH (DPD)**

**DALAM UUD NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1945**

Oleh: Abid Zamzami

**MORATORIUM PEMBERIAN REMISI TERHADAP NARAPIDANA**

Oleh: Rahmatul Hidayati

**DAMPAK PERAN NOTARIS DALAM PEMBUATAN AKTE OTENTIK**

Oleh: Sulasiyah Amini

**PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERLINDUNGAN  
HUKUM TERHADAP KORBAN PENIPUAN BERHADIAH DARI SUATU PRODUK**

Oleh: Emei Dwinanarhati Setiamandani

**ASPEK YURIDIS PENGGUNA NARKOTIKA MENURUT UU NO 35 TAHUN 2009**

**TENTANG NARKOTIKA**

Oleh: Noorhudha Muchsin

**KEGIATAN USAHA PERTAMBANGAN Vs KERUSAKAN LINGKUNGAN HIDUP**

Oleh: Abdul Rokhim

**FAKTOR KEGAGALAN MELINDUNGI HAK KONSUMEN**

Oleh: Ana Rachmatussa'dyah

**PENERAPAN PER. Ka BPN NOMOR 3 TAHUN 2007 DAN PEMBERIAN**

**GANTI RUGI DALAM PENGADAAN TANAH UNTUK PEMBANGUNAN**

**JALAN TOL GEMPOL- PASURUAN**

Oleh: Diyan Isnaeni



**FAKULTAS HUKUM  
UNISMA**

Edisi Tahun XVIII No. 35, Maret 2012

JURNAL ILMIAH  
**Dinamika**  
HUKUM

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Hukum

Pimpinan Redaksi  
Diyah Isnaeni, SH., M.Hum

Wakil Pimpinan Redaksi  
Dr. Drs. H.M. Muhibbin, SH., M.Hum

Sekretaris Redaksi  
Rahmatul Hidayati, SH., MH.

Konsultan Redaksi  
Prof. Dr. H. Mustofa, SH., MH., M.Si., PhD  
Dr. Jazim Hamidi, SH., MH.  
Drs. H. Abd Wahid, SH., M.Ag.

Redaksi Pelaksana  
Dr. Sunardi, SH.  
Dr. H. Abdul Rokhim, SH., MH.  
Dr. H. Budi Parmono, SH., MH.  
M. Taufik, SH., MH.  
H. Umar Said Sugianto, SH., M.S  
Drs. Noorhuda Muksin, MM.  
Hj. Min Primusdyastutie, SH., MH.

Pelaksana Tata Usaha  
Abd Zamzami, SH., MH.  
Ir. Dyah Pitaloka, MP.  
M. Faisol, SH., MH.  
Lismiadi

Alamat Redaksi  
Fakultas Hukum UNISMA  
Jl. MT. Haryono 193 Dinyo Malang  
Telp. (0341) 581613

Email: [ilaha@plasa.com](mailto:ilaha@plasa.com)  
ISSN 0854-7254

Isi Diluar tanggung jawab percetakan

### Pengantar Redaksi

Jurnal *Dinamika Hukum* yang terbit pada edisi ini merupakan kompilasi bahasan dari para penulis yang mengupas pada masalah perkembangan dunia hukum di Indonesia. Perbedaan kajian di kalangan penulisnya tidak mengurangi substansi materi bahasan, yang dikaitkan dengan beragam kasus yang bersifat kontemporer di Indonesia. Beragamnya problem kasus hukum menjadi tantangan tersendiri bagi penulisnya untuk memberikannya solusi yang tepat, setidaknya-tidaknya kedudukannya dari sisi hukum Indonesia.

Dunia hukum memang dunia yang terus berubah, apalagi di tengah masyarakat yang sedang atau sering menghadapi ujian berat seperti Indonesia ini. Belum tuntas satu kasus hukum, sudah datang kasus lain yang lebih berat dan istimewa. Masyarakat terus dihadapkan dengan tontonan pergulatan antar kalangan profesional di bidang hukum, yang berusaha konsisten dan mengembangkan kompetensinya.

Diniscayakan hari-hari mendatang, problem yang dihadapi oleh komunitas penulis dan pembelajar hukum akan semakin berat. Beratnya tantangan ini akan menjadi pekerjaan yang seharusnya tidak memberatkan, melainkan sebagai ujian keuletan, kegigihan, atau sikap profesional dimanapun, terhadap apapun, dan dengan siapapun. Selamat berkarya!

Redaksi



# DAFTAR ISI

## Jurnal DINAMIKA HUKUM UNISMA

Edisi Maret 2012

1. BELAJAR DARI SOCRATES	
Oleh: Mustofa .....	1
2. URGENSI PERLINDUNGAN SAKSI	
Oleh: Afandi .....	8
3. KEKERASAN DAN HAK BERAGAMA DI INDONESIA	
Oleh: Noor Chozin Askandar .....	12
4. IMPLIKASI PENGATURAN PERAN DEWAN PERWAKILAN DAERAH (DPD) DALAM UUD NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1945	
Oleh: Abid Zamzami .....	20
5. MORATORIUM PEMBERIAN REMISI TERHADAP NARAPIDANA	
Oleh: Rahmatul Hidayati .....	29
6. DAMPAK PERAN NOTARIS DALAM PEMBUATAN AKTE OTENTIK Oleh: Sulasyah Amini .....	41
7. PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KORBAN PENIPUAN BERHADIAH DARI SUATU PRODUK	
Oleh: Emei Dwinanarhati Setiamandani .....	50
8. ASPEK YURIDIS PENGGUNA NARKOTIKA MENURUT UU NO 35 TAHUN 2009 TENTANG NARKOTIKA	
Oleh: Noorhudha Muchsin .....	61
9. KEGIATAN USAHA PERTAMBANGAN Vs KERUSAKAN LINGKUNGAN HIDUP	
Oleh: Abdul Rokhim .....	75
10. FAKTOR KEGAGALAN MELINDUNGI HAK KONSUMEN	
Oleh: Ana Rachmatussa'dyah .....	82
11. PENERAPAN PER. Ka BPN NOMOR 3 TAHUN 2007 DAN PEMBERIAN GANTI RUGI DALAM PENGADAAN TANAH UNTUK PEMBANGUNAN JALAN TOL GEMPOL- PASURUAN	
Oleh: Diyan Isnaeni .....	90

JURNAL ILMIAH DINAMIKA HUKUM. Redaksi bertanggung jawab secara terbuka kepada seluruh kalangan untuk menuliskan gagasan-gagasan kritis dan alternatif yang berorientasi pada penguatan supremasi hukum. Redaksi dapat mengungkap dan memperbaiki tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah maksud dan isinya. "Untuk tulisan yang dimuat akan disediakan honorarium yang pantas, naskah yang tidak dimuat tidak akan dikembalikan".

# PERAN LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KORBAN PENIPUAN BERHADIAH DARI SUATU PRODUK

Emei Dwinanarhati Setiamandani  
Universitas Muhammadiyah Malang

## Abstract

*Consumer not yet aware of all rights had, so that it is easy to trapped in promotion kit, way of sale, and also agreement of standard which harming and made by all perpetrator of it is effort. Relating to things above hence consumer require to protect judicially from possibility of natural loss of it because in sincere business practices. From result of this research, it is known that role of Institution Institute Unlucky Consumer (YLKM) as one of the Self-Supporting Consumerism Institute of Society (LPKSM) exist in worse luck in conducting protection of law to dupe have prize is one of the form role of civil institute in handling problems of consumer inside society level. As for role, any kind of YLKM implementation which has been conducted by YLKM it is to cover: first, giving counseling to society about the importance of understanding especially about consumerism law. Second, is giving some support to consumer which have conducted denouncing by giving advocacy as form strive defence to consumer. Third, to braid cooperation with various institutions related for consumer as effort strengthens institution in consumerism is.*

**Keyword:** Consumer, Deception, Law, and Non Government Organization

## PENDAHULUAN

Perkembangan pesat dunia global sangat mempengaruhi perkembangan dunia konsumen sebagai salah satu faktor utama penggerak roda perekonomian suatu bangsa. Globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung dengan kemajuan teknologi komunikasi telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa. Kondisi tersebut, di satu sisi mempunyai manfaat bagi konsumen karena segala kebutuhan konsumen dapat terpenuhi, serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis kualitas barang dan jasa sesuai keinginan dan kemampuan konsumen. Namun disisi lain, kondisi dan fenomena demikian juga dapat mengakibatkan kedudukan konsumen berada pada posisi yang lemah.



Banyak konsumen belum sadar akan segala hak yang dimiliki, sehingga mudah terjebak dalam kiat promosi, cara penjualan maupun penjualan standar merugikan yang dibuat oleh para pelaku usaha. Selain itu, yang sekarang banyak dialami oleh konsumen adalah selalu mempercayai adanya pemberian hadiah dari pelaku usaha agar produk terjual.

Misalnya yang pernah terjadi pada penjualan produk sabun cuci Rinso yang didalam kemasan terdapat kupon berhadiah sejumlah uang Rp. 250000000.- Setelah ditelusuri ternyata pelaku usaha yang bersangkutan tidak pernah memasukkan kupon berhadiah tersebut. Bahkan di sinyalir sudah banyak dari konsumen yang mengirimkan sejumlah uang yang diminta tetapi hadiah tidak pernah ada.

Banyaknya penipuan terhadap konsumen untuk mendapatkan hadiah tersebut diatas terjadi karena disebabkan beberapa hal, diantaranya kurangnya kesadaran masyarakat akan haknya sebagai konsumen, sehingga tidak ada keberanian maupun kemauan untuk melapor ke pihak berwajib, masih tingginya perhatian konsumen terhadap pemberian hadiah suatu produk dengan tidak mencoba untuk aktif mencari informasi, sehingga tidak sampai terjebak, kurangnya SDM masyarakat sebagai pelaku konsumen, adanya keinginan dari pelaku usaha untuk mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperdulikan kesehatan konsumen, dan kurangnya perhatian dari Pemerintah dalam hal pengawasan peredaran produk di masyarakat dan pelayanan jasa oleh pelaku usaha.

Menurut Ahmadi (2004) tujuan yang ingin dicapai dari perlindungan konsumen ini adalah pertama, untuk memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang dan/atau jasa kebutuhannya dan menuntut hak-haknya; kedua, menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memuat unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi; dan ketiga, menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggungjawab.

Berkaitan dengan hal-hal diatas maka konsumen perlu dilindungi secara hukum dari kemungkinan kerugian yang dialaminya karena praktik bisnis curang tersebut. Salah satu lembaga yang aktif dalam menangani kasus yang berkaitan dengan konsumen adalah LPKSM di kota Malang. LPKSM ini aktif dalam melakukan pembelaan dan advokasi bagi konsumen baik dalam bentuk advokasi, pendampingan dan kebijakan publik.

Melihat maraknya fenomena yang terjadi di masyarakat mengenai penipuan yang memberikan hadiah dari suatu produk/jasa pada konsumen, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran LPKSM

kota Malang dalam melakukan perlindungan hukum terhadap korban penipuan berhadiah dari suatu produk.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Kota Malang. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan yuridis sosiologis, yaitu penelitian hukum yang bertitik tolak dari data primer yang diperoleh langsung dari lapangan (Waluyo, 2002). Sehingga metode ini dapat menjawab permasalahan yang ada dengan dipadukan dengan bahan-bahan pustaka yang berkaitan dengan permasalahan.

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan melalui key informan, yaitu informasi yang benar-benar relevan dan berkompeten dengan masalah penelitian yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Teknik Purposive sampling ini berkecenderungan pada peneliti untuk memilih informan yang dianggap mengetahui informasi masalahnya secara mendalam dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yang mantap (Sutopo, 2002). Di sini peneliti mengumpulkan data dan informasi yang terkait dengan permasalahan dan dapat dikembangkan dengan informan lainnya sebagai kelengkapan informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini yang menjadi informan kunci adalah Kepala Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Malang (LPKSM). Untuk analisa data, Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, yaitu pengolahan data yang didasarkan pada hasil studi lapangan yang kemudian dipadukan dengan yang didapat dari hasil studi kepustakaan, sehingga nantinya diperoleh data yang benar (Waluyo, 2002).

## PEMBAHASAN

Peran YLKM dalam Memberikan Perlindungan Hukum terhadap Korban Penipuan Berhadiah

Kasus-kasus yang berkaitan dengan penipuan kupon berhadiah masih sangat marak di masyarakat. Banyak konsumen yang sudah dirugikan oleh kupon berhadiah tersebut, sedangkan dari pelaku usaha tidak merasa membuat kupon tersebut. Tertangkapnya pelaku yang membuat kupon dalam suatu kemasan produk sabun cuci Attack ternyata tidak membuat jera pihak-pihak lain yang juga mengikuti tindakan tersebut. Disinilah peran dari YLKM dalam melakukan perlindungannya terhadap konsumen yang dirugikan baik oleh produsen nakal maupun oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab.



Konsumen diartikan tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir. Adapun yang menarik disini konsumen tidak harus terikat dalam hubungan jual beli sehingga dengan sendirinya konsumen tidak identik dengan pembeli (Sugilara, 2006).

Oleh karena itu YLKM melakukan upaya dengan memberikan pengetahuan dan pemberdayaan kepada konsumen dan juga ke pelaku usaha. YLKM memberikan pemahaman tentang hak dan kewajiban bagi pelaku usaha dan konsumen, terlebih pada sanksi yang diberikan bila pelaku usaha melanggar hukum. Dari sinilah pelaku usaha akan berhati-hati dalam mengeluarkan produknya. Di samping untuk menjaga kualitas dan nama baik perusahaan, pelaku usaha juga harus paham akan sanksi atau jerat hukum yang ada dalam aturan hukum yaitu UU No. 8 Tahun 1999. Pelaku usaha juga tidak akan mau kalah dalam persaingan bisnis atau perdagangan sebab masyarakat sudah tahu atau pandai dalam memilih barang yang layak atau tidak layak untuk dikonsumsi, bisa juga dikatakan masyarakat semakin cerdas dalam memilih atau membeli barang kebutuhannya. Kalaupun ada pelaku usaha yang memproduksi barang yang tidak sesuai dengan standar mutu produk, YLKM bekerja sama dengan instansi terkait (Departemen Kesehatan, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Laboratorium) memberikan jalan keluar yang baik, sehingga produk yang dikeluarkan tidak merugikan konsumen.

Pelaku usaha juga dituntut untuk mempertimbangkan kerugian yang diderita konsumen, tidak semata-mata untuk memperoleh keuntungan yang besar. Sejak diundangkannya UU No. 8 Tahun 1999 pelaku usaha merasakan sangat penting untuk lebih mengerti dan memahami tentang undang-undang tersebut hal ini terbukti bahwa beberapa pelaku usaha meminta YLKM sebagai sumber untuk memberikan penjelasan tentang UU No. 8 Tahun 1999. Dari sini juga YLKM akan menyadarkan dan mendidik pelaku usaha bersikap fair dalam melakukan usahanya, sehingga tidak merugikan dalam artian konsumen dirugikan oleh pelaku usaha, begitu juga pelaku usaha akan terhindar dari jerat hukum.

Mengenai penerapan hukum pidana dalam upaya mewujudkan dan menegakkan hak-hak konsumen, David Tench seorang pakar perlindungan konsumen menyampaikan:

"With the great expansion in consumer law we have experience to our great satisfaction mostly in recent years we are now beginning to wonder whether the criminal law is the right way to control commercial behavior in the market place. Obviously, where questions are involved, the criminal law will

be necessary, and consumers will always require some part of consumer law to remain criminal (Sidabolak, 2006)."

Statement dari David Tench diatas menunjukkan keampuhan hukum pidana dalam menanggulangi perilaku-perilaku curang para pelaku ekonomi, khususnya berkaitan dengan penegakan hak-hak konsumen. bahkan, lebih jauh dikatakan bahwa kehadiran hukum pidana merupakan keharusan dalam menegakkan hak-hak konsumen.

Dalam melakukan perannya, YLKM menempuh beberapa langkah. Pertama, YLKM menyarankan agar setiap karyawan pada perusahaan mempunyai buku tentang undang-undang perlindungan konsumen. Dalam hal semacam ini, akan lebih baik bila perusahaan atau pelaku usaha memberikan subsidi atau memberikan buku undang-undang perlindungan konsumen secara cuma-cuma. Jadi, karyawan mengerti akan hak dan kewajiban konsumen sebagai landasan untuk memperjuangkan hak-haknya.. Selain lembaga konsumen, pemberdayaan dan perlindungan konsumen juga menjadi tanggung jawab pelaku usaha. Sekuat apapun yang dilakukan oleh lembaga konsumen tanpa ada komitmen yang memadai dari pelaku usaha dalam pemberdayaan konsumen, maka tidak akan menghasilkan out-put yang optimal. Bila pelaku usaha juga mengerti akan hak dan kewajibannya, mereka juga akan lebih selektif dalam mengeluarkan barang atau jasanya. Salah satu hal yang ditekankan dalam undang-undang perlindungan konsumen adalah pada sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar, yaitu mulai dari dua juta sampai lima ratus juta, dan tidak tertutup kemungkinan bisa dijatuhkan hukuman pidana. Maka dari itu, sejak diundangkannya UU No. 8 Tahun 1999 pelaku usaha akan menjalankan usahanya sesuai dengan hukum yang sudah ada.

Sedangkan bagi pelaku usaha yang tidak memahami atau tidak mengerti hak dan kewajibannya sehingga berakibat merugikan konsumen, YLKM mengambil langkah untuk membantu mencari jalan keluar, yaitu dengan mempertemukan dengan pelaku usaha dan konsumen. Contoh tindakan YLKM tersebut diatast secara kultural memang baik, akan tetapi YLKM bisa dikatakan kurang tegas atau kurang komitmen terhadap UU No. 8 Tahun 1999. Kalaupun YLKM tidak menuntut dengan tegas secara langsung maka yang terjadi adalah pelaku usaha akan melakukan perbuatan yang sama yaitu tanpa memperdulikan konsumen dan tidak menjalankan kewajibannya. Sehingga akan banyak pelaku usaha yang bermunculan tanpa mempertimbangkan akibat dari usahanya tersebut.

Jadi kalaupun langsung dituntut dan di bawa ke pengadilan, maka



pelaku usaha tersebut tidak akan melakukan perbuatan yang merugikan konsumen lagi, serta tidak ada lagi pelaku usaha yang akan membuka atau melanjutkan usahanya tanpa mengerti dulu hak dan kewajibannya. Sebab yang menonjol dalam perlindungan konsumen ini adalah perlindungan jiwa, kesehatan, harta, dan kepentingan kekeluargaan konsumen. Kepentingan konsumen berkaitan dengan penggunaan barang dan atau jasa, adalah agar barang atau jasa yang mereka peroleh bermanfaat bagi kesehatan tubuh, keselamatan jiwa dan harta benda, diri, keluarga, dan rumah tangganya.

Kedua adalah YLKM juga diminta sebagai nara sumber oleh pelaku usaha dalam memberikan pengertian dan penjelasan tentang UU No. 8 Tahun 1997. Sehingga YLKM bisa mengontrol pelaku usaha yang baru atau pelaku usaha yang sudah menjalankan hak dan kewajibannya.

Kasus mengenai penipuan berhadiah dari suatu produk yang sudah masuk ke YLKM sudah meliputi wilayah se-Malang Raya, karena satu-satunya LPKSM yang masih aktif memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen hanya di YLKM.

Yang menjadi korban penipuan berhadiah tidak mengenal usia ataupun strata pendidikan. Mereka mendapatkan undian berhadiah dari produk yang tidak sama. Dalam kurun waktu 4 bulan terakhir ini sudah masuk kasus penipuan berhadiah di YLKM. Ada yang berasal dari produk Tango, Siskin, Attack dan Rinso. Pada dasarnya undian tersebut isinya sama, yaitu si pembeli mendapatkan hadiah berupa mobil mewah dan sejumlah uang tetapi harus mengirimkan uang muka kepada nomor yang tertera di produk sebagai jaminan bahwa mobil atau uang akan dikirim ke pembeli.

YLKM menerima pengaduan dari korban tersebut baik secara langsung mendatangi kantor dan ada juga yang hanya melalui telepon. Tindakan dari YLKM dengan adanya pengaduan tersebut masih berupa pelayanan konsultasi kepada konsumen semata, belum ada tindakan sampai pada jalur non litigasi seperti misalnya mediasi, negosiasi, dan lainnya, apalagi sampai pada jalur litigasi, belum ada sama sekali.

Dalam hal ini, YLKM masih sangat kurang sekali melakukan pendampingan dan pembelaan terhadap konsumen sebagai korban dari penipuan kupon berhadiah. Padahal korban sudah ada yang kehilangan sejumlah uang yang cukup besar. Kasus pengaduan dijadikan bahan informasi agar konsumen bertindak teliti, kritis dan menggunakan hak-haknya.

YLKM belum memberikan dukungan yang maksimal bagi konsumen yang telah melakukan pengaduan dengan memberikan advokasi yang merupakan upaya pembelaan konsumen dalam seluruh sistem atau seluruh aktivitas perekonomian. Orientasinya adalah perubahan keadaan menjadi

lebih menguntungkan dan memperkuat peran dan posisi konsumen. Secara mendasar, untuk merubah melalui advokasi dilakukan dengan menyebarkan informasi dan menertibkan tulisan-tulisan, menggalang dukungan yang lebih luas dan mempengaruhi kebijakan pemerintah.

Selain itu, untuk keberhasilan program advokasi konsumen, ada beberapa strategi yang perlu diperhatikan, yaitu laporan dari pengamatan kasus, penggalangan kekuatan, dan jaringan kerja menuju meja hijau.

Padahal kalau dilihat dari peran YLKM terkait dengan kasus penipuan kupon berhadiah yang seharusnya dilakukan adalah menangani pengaduan dan keluhan dari konsumen yang dilakukan setiap saat, sehingga kasus yang masuk ke YLKM bisa diselesaikan baik jalur litigasi maupun jalur non litigasi, misalnya dengan menghubungi took atau pengusaha, pelaku usaha dari produk tertentu, Instansi pemerintah, pengadu dan peradilan. Khusus pada kasus penipuan kupon berhadiah seharusnya diselesaikan melalui jalur pidana.

Sangat penting peran konsumen dalam menyelesaikan kasusnya, jadi dituntut lebih mandiri untuk mengantisipasi tidak aktifnya lembaga perlindungan konsumen. Di sini mereka juga diharapkan mempunyai buku UU No. 8 Tahun 1999. Selain diberi pengertian tentang undang-undang perlindungan konsumen, mereka juga dididik untuk membeli atau memilih barang sesuai dengan kebutuhan dan layak dikonsumsi. Mereka juga akan mengerti tentang hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha, serta upaya hukum yang harus dilakukan kalau konsumen dirugikan. Seperti halnya pada parcel, YLKM juga mengimbau pada para konsumen dan pembuat parcel untuk menjalankan hak dan kewajibannya masing-masing. Konsumen disarankan untuk meneliti barang-barang yang ada di dalam parcel, kalau ada yang tidak layak di konsumsi atau sudah kadaluarsa, maka konsumen diharapkan mengembalikan parcel tersebut kepada pembuat parcel itu atau mengadu ke YLKM. Dengan begitu secara tidak langsung juga melindungi banyak konsumen yang lain yang mendapatkan barang kadaluarsa.

YLKM juga mengharapkan agar penerapan UU No. 8 Tahun 1999 dilakukan di dalam keluarga dulu, kemudian diinformasikan dan diterapkan di lingkungan sekitarnya. Dengan begitu UU No. 8 Tahun 1999 dapat cepat dimengerti dan dipahami oleh masyarakat.

Pemberdayaan konsumen pada hakikatnya merupakan upaya untuk melindungi masyarakat. Pemberdayaan konsumen juga sebagai upaya menyadarkan konsumen agar memahami akan hak dan kewajiban serta tanggungjawab terhadap diri dan lingkungannya. Kesadaran akan berbagai



hak dan tanggungjawab itulah yang jadi kekuatan konsumen dalam menghadapi sengketa dengan produsen. Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya mempunyai prinsip ekonomi "mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Prinsip ini sangat minimal merugikan kepentingan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berbagai kekuatan yang perlu disadari oleh konsumen antara lain meliputi kekuatan daya beli konsumen, pengorganisasian kekuatan daya konsumen, dan penyebaran informasi. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya yang masih rendah.

#### Faktor Penghambat dan Pendukung YLKM dalam Melakukan

Berbagai

Dalam kinerjanya YLKM sebagai Lembaga Swadaya Masyarakat tidak mempunyai alokasi untuk menggaji tenaga kerja, sehingga sedikit orang yang tertarik untuk bekerja di lembaga ini. Tenaga kerja YLKM merupakan orang-orang yang telah benar-benar tercukupi hidup secara materi. Selain itu YLKM juga sering dibantu oleh para sukarelawan yang mempunyai waktu luang sehingga tidak menggantu pekerjaan pokoknya. Apabila kekurangan tenaga YLKM juga biasa menggunakan tenaga sukarelawan dari para mahasiswa untuk bekerja sama dengan LSM lainnya.

Faktor lainnya adalah sumber daya manusia yang dimiliki YLKM belum memadai. Banyak orang belum menguasai dan mengerti tentang pentingnya perlindungan konsumen dan tidak banyak yang tertarik untuk mengurus permasalahan yang berkaitan dengan konsumen. Dalam hal ini YLKM juga bisa minta bantuan atau bekerja sama dengan perguruan tinggi. Karena pada fakultas Ilmu Hukum di suatu perguruan tinggi ada juga mata kuliah tentang perlindungan konsumen sehingga mahasiswa bias praktek di lembaga YLKM ini.

Faktor yang menghambat YLKM selanjutnya adalah faktor biaya atau dana. Karena lembaga ini adalah lembaga swadaya masyarakat, jadi tidak ada pemasukan yang pasti dalam kas YLKM. Sumber dana yang masuk ke dalam YLKM diperoleh bila ada pengaduan, penelitian, dan dari donator atas nama pribadi yang tidak disebut identitasnya. YLKM tidak menerima dana dari instansi atau perusahaan-perusahaan, juga tidak menerima bantuan dana bila ada kerjasama dengan perusahaan atau pelaku usaha. Oleh karena itu, agar mendapat tambahan dana, YLKM harus mendapatkan simpati yang besar dari

masyarakat.

Tingkat pendidikan antara konsumen dan pelaku usaha yang tidak sama, membuat YLKM sulit untuk menginformasikan dan mendidik para konsumen dan pelaku usaha. Seperti ada konsumen yang mudah mengerti dan bias menerima atau menerapkannya, ada juga yang sulit dan bahkan tidak bias menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Pelaku usahapun begitu, ada yang sadar tentang arti pentingnya melindungi konsumen, ada juga yang sengaja mengabaikannya. Hal semacam ini membuat YLKM harus terus menerus untuk membina masyarakat luas dengan keadaan dan dana yang terbatas.

Dalam menjalankan fungsinya di masyarakat YLKM banyak mendapat dukungan bantuan dari instansi terkait, dimana bantuan ini disesuaikan dengan bidang masing-masing instansi. Seperti bantuan penelitian oleh perguruan tinggi, bantuan penyuluhan oleh departemen kesehatan, bantuan data-data atau informasi oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Selain dari instansi terkait YLKM masih perlu memperluas jaringan kerja sama seperti menjalin hubungan dengan kelompok-kelompok yang ada di masyarakat.

Dukungan dari media massa juga diperoleh oleh YLKM dalam banyak program yang dilakukannya. Seperti pada radio yang memberikan keleluasaan kepada YLKM untuk menyiarkan betapa penting akan hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha. Ini merupakan peluang yang baik bagi YLKM dalam penggunaan media untuk menginformasikan tujuan YLKM ke masyarakat. Jadi YLKM bias lebih cepat menginformasikan tentang undang-undang perlindungan konsumen kepada masyarakat luas melalui media massa dan sebagai bentuk jalinan komunikasi yang baik.

Adanya idealisme dan loyalitas dari pengurus untuk konsisten menjalankan roda organisasi merupakan kekuatan tersendiri dari YLKM. idealisme dan loyalitas ini perlu dipertahankan oleh YLKM. Sebab bila melihat kondisi yang ada sekarang serta langkah-langkah yang ditempuh oleh YLKM semakin besar tantangannya.

Hal-hal yang menjadi kekuatan dan dukungan inilah yang akan menjadikan YLKM tetap instan melakukan sosialisasi mengenai undang-undang perlindungan konsumen dalam rangka memberikan bantuan pendampingan hukum bagi para konsumen yang dirugikan oleh produsen.



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Peran Yayasan Lembaga Konsumen Malang (YLKM) sebagai salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang ada di Malang dalam melakukan perlindungan hukum terhadap korban penipuan berhadiah dari suatu produk adalah salah satu bentuk peran lembaga sipil dalam menangani permasalahan konsumen di tingkatan masyarakat. Dalam menjalankan perannya ini di masyarakat, peran YLKM masih sangat kurang sekali terutama dalam melakukan pendampingan dan pembinaan terhadap konsumen sebagai korban dari penipuan kupon berhadiah.

Dalam menjalankan perannya YLKM menghadapi beberapa faktor yang menghambat maupun yang mendukung lembaga ini. Faktor penghambat adalah kurangnya tenaga yang ada di YLKM, rendahnya sumber dana masyarakat yang dimiliki, terbatasnya dana yang ada karena lembaga ini merupakan lembaga nirlaba, dan masih rendahnya tingkat pendidikan masyarakat sehingga kesadaran akan hak dan kewajiban konsumen minim. Selingai hal-hal yang mendukung bagi peran YLKM di masyarakat adalah adanya kerja sama yang baik dengan lembaga-lembaga terkait yang konsen dengan masalah konsumen seperti perguruan tinggi maupun instansi pemerintahan, adanya idealism dan konsistensi para pengurus di lembaga YLKM dalam mewujudkan tujuan organisasi, dan adanya dukungan dari media massa dalam setiap program-program YLKM.

### Saran

Dari kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan beberapa saran kepada lembaga YLKM sebagai berikut:

1. YLKM perlu memberikan dukungan bagi konsumen yang telah melakukan pengaduan dengan memberikan advokasi yang merupakan upaya pembinaan konsumen dalam seluruh sistem atau seluruh struktur pemerintahan.
2. Perlu peningkatan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki YLKM dengan pendidikan dan pelatihan tentang perlindungan konsumen.
3. Guna menjaga hubungan baik YLKM dengan lembaga lain dan media massa, perlu peningkatan komunikasi yang inten agar hubungan kerjasama tetap terjaga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Sutarman, Yodo. 2007. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Shidarta. 2006. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Jakarta : PT. Grasindo
- Sidabalok, Janus. 2006. Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Shofie, Yusuf. 2003. Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Sutopo, H.B. 2002. Metode Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya Dalam Penelitian. Surakarta: Sebelas maret university Press.
- Waluyo, Bambang. 2002. Penelitian Hukum dalam Praktek. Jakarta: Sinar Grafika
- Peraturan Perundang-undangan:
- Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
- Kitab Undang-undang Hukum Pidana (KUHP)